

**DÉCISION N° 2024-117 DU 30 MAI 2024**

**RELATIVE À LA MODIFICATION DE LA STRATÉGIE PROMOTIONNELLE DE LA SOCIÉTÉ SPS BETTING FRANCE LIMITED POUR L'ANNÉE 2024**

Le collège de l'Autorité nationale des jeux ;

Vu le Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne, notamment ses articles 49 et 56 ;

Vu le code de la sécurité intérieure, notamment les articles L. 320-3 et L. 320-4 ;

Vu la loi n° 2010-476 du 12 mai 2010 modifiée relative à l'ouverture à la concurrence et à la régulation du secteur des jeux d'argent et de hasard en ligne, notamment le IV de son article 34 ;

Vu l'ordonnance n° 2019-1015 du 2 octobre 2019 réformant la régulation des jeux d'argent et de hasard ;

Vu le décret n° 2020-1349 du 4 novembre 2020 relatif aux modalités de régulation de l'Autorité nationale des jeux, notamment ses articles 6 à 10 ;

Vu l'arrêté du 9 avril 2021 définissant le cadre de référence pour la prévention du jeu excessif ou pathologique et la protection des mineurs ;

Vu la communication n° 2022-C-001 du 17 février 2022 de l'Autorité nationale des jeux portant adoption de lignes directrices relatives aux contenus des communications commerciales des opérateurs de jeux d'argent et de hasard ;

Vu la communication n° 2022-C-002 du 17 février 2022 portant adoption de recommandations relatives aux communications commerciales des opérateurs de jeux agréés ou titulaires de droits exclusifs ;

Vu la communication n° 2022-C-003 du 20 octobre 2022 portant adoption de lignes directrices et de recommandations relatives aux offres commerciales des opérateurs de jeux d'argent et de hasard comportant une gratification financière ;

Vu la communication n° 2023-C-001 du 25 mai 2023 portant adoption de lignes directrices et recommandations relatives aux contrats de partenariat sportif des opérateurs de jeux d'argent et de hasard ;

Vu la demande de la société SPS BETTING FRANCE LIMITED du 30 octobre 2023 tendant à l'approbation de la stratégie promotionnelle pour l'année 2024, demande complétée le 13 novembre 2023 ;

Vu la décision n° 2023-230 du 21 décembre 2023 relative à la stratégie promotionnelle de la société SPS BETTING FRANCE LIMITED ;

Vu la demande de la société SPS BETTING FRANCE LIMITED du 29 avril 2024 tendant à l'approbation de la modification de sa stratégie promotionnelle pour l'année 2024, demande complétée les 13 et 15 mai 2024 ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Après en avoir délibéré le 30 mai 2024,

*Considérant ce qui suit :*

### Contexte et objet de la demande

1. Le 30 octobre 2023, la société SPS BETTING FRANCE LIMITED a saisi l'Autorité nationale des jeux (ANJ) en vue de l'approbation de sa stratégie promotionnelle pour l'année 2024 sur le fondement du IV de l'article 34 de la loi du 12 mai 2010 susvisée. Par sa décision susvisée du 21 décembre 2023, le collège a approuvé cette demande sous réserve de conditions prescrites aux articles 2 à 4 de ladite décision, dont celle qui suit : « **Article 4** : *Dans le cas où la société SPS BETTING FRANCE LIMITED souhaiterait modifier ou compléter sa stratégie promotionnelle en cours d'année, elle en informera l'Autorité selon les mêmes modalités que celles prévues par le décret n° 2020-1349 du 4 novembre 2020 susvisé et au plus tard deux mois avant la mise en œuvre des actions ou mesures correspondant à cette modification ou ce complément. L'Autorité se prononcera sur la modification projetée ou le complément envisagé dans les deux mois suivant la réception de cette information* », cette prescription rappelant ainsi les dispositions de l'article 10 du décret du 4 novembre 2020 susvisé.

2. Le 29 avril 2024, la société SPS BETTING FRANCE LIMITED a déposé une demande d'approbation portant sur la modification de sa stratégie promotionnelle pour l'année 2024, demande qu'elle a complétée les 13 et 15 mai 2024.

### Cadre juridique

3. L'article L. 320-2 du code de la sécurité intérieure dispose : « *Les jeux d'argent et de hasard qui, à titre dérogatoire, sont autorisés en application de l'article L. 320-6 ne sont ni un commerce ordinaire, ni un service ordinaire* ». Ainsi, l'exploitation de ces jeux, qu'elle soit placée sous un régime de droits exclusifs ou d'agrément, fait l'objet d'un encadrement strict afin de prévenir les risques d'atteinte à l'ordre public et l'ordre social, particulièrement en matière de prévention contre l'assuétude au jeu et de protection des mineurs, contribuant ainsi à la préservation de l'objectif à valeur constitutionnelle du droit à la protection de la santé que garantit le onzième alinéa du Préambule de la Constitution de 1946. Ces éléments ont justifié la mise en place d'une régulation exigeante de la publicité relative aux jeux d'argent.

4. Plus spécifiquement, selon les dispositions du IV de l'article 34 de la loi du 12 mai 2010 précitée, les opérateurs titulaires de droits exclusifs et les opérateurs de jeux ou de paris en ligne soumettent, chaque année, à l'approbation de l'Autorité, dans des conditions fixées par le décret n° 2020-1349 du 4 novembre 2020 susvisé, un document présentant leur stratégie promotionnelle sur tout support, notamment les éléments mentionnés au premier alinéa de l'article 7 dudit décret, parmi lesquels, notamment « *la description des différents médias et de tout autre vecteur utilisés pour la promotion de l'offre de jeu, une estimation des budgets alloués à chaque vecteur et leur*

*évolution pendant l'année en cours, une description du type de clientèle visée, des différents jeux concernés et une évaluation de son impact au regard du premier objectif mentionné à l'article L. 320-3 du code de la sécurité intérieure. Dans le cas des offres commerciales comportant une gratification financière des joueurs, l'opérateur décrit les mécanismes permettant aux joueurs de bénéficier de ces gratifications* ». Au terme de son examen, l'Autorité définit, le cas échéant, les conditions sous réserve desquelles la stratégie promotionnelle est approuvée et peut limiter les offres commerciales comportant une gratification financière des joueurs. Le non-respect de ces préconisations peut conduire l'Autorité, le cas échéant, à saisir sa commission des sanctions sur le fondement de l'article 43 de la loi du 12 mai 2010 susvisée.

5. L'article 10 du décret du 4 novembre 2020 susvisé prévoit expressément que dans le cas où l'opérateur souhaite modifier sa stratégie promotionnelle en cours d'année, il en informe l'Autorité nationale des jeux selon les mêmes modalités que celles définies à l'article 7 de ce même décret, et au plus tard deux mois avant la mise en œuvre des actions ou mesures correspondant à cette modification, l'Autorité se prononçant sur la modification projetée dans les deux mois suivant la réception de cette information. L'arrêté du 9 avril 2021 définissant le cadre de référence pour la prévention du jeu excessif ou pathologique et la protection des mineurs susvisé précise que « *ces modifications s'entendent comme une évolution substantielle de la manière dont l'opérateur effectue la promotion de son offre, susceptible de créer ou de renforcer des risques nouveaux relatifs au jeu excessif ou au jeu des mineurs* ». Doivent notamment être regardées comme « *substantielle[s]* » au sens de ces dispositions des modifications affectant la stratégie promotionnelle d'un opérateur de jeux ayant pour objet d'augmenter de manière significative le budget qui lui est alloué ou bien de modifier de façon notable la composition des médias et vecteurs publicitaires utilisés pour assurer la promotion de son offre de jeux.

6. Il résulte de l'ensemble de ces dispositions que s'il est fondé à la saisir d'une demande tendant à l'approbation d'une stratégie promotionnelle substantiellement modifiée, afin notamment de l'adapter à l'état du marché ou une évolution de sa situation, un opérateur ne saurait mettre en œuvre cette nouvelle stratégie sans l'autorisation préalable de l'Autorité, le cas échéant assortie de prescriptions, sauf à s'exposer au risque d'un manquement lui soit imputé susceptible de conduire à l'ouverture d'une procédure de sanction. Il incombe par ailleurs à l'Autorité, saisie d'une telle demande, d'apprécier si la stratégie promotionnelle modifiée que l'opérateur projette de déployer est conforme à l'obligation qui pèse sur lui en vertu des articles L. 320-3 et L. 320-4 combinés du code de la sécurité intérieure de concourir à la limitation de l'offre et de la consommation des jeux en vue de prévenir le jeu excessif ou pathologique ou le jeu des mineurs.

7. C'est à la lumière de l'ensemble de ces éléments qu'il incombe à l'Autorité d'examiner la demande d'approbation de la modification de la stratégie promotionnelle pour 2024 de la société SPS BETTING FRANCE LIMITED.

#### Examen de la demande d'approbation de la modification de la stratégie promotionnelle pour 2024 de la société SPS BETTING FRANCE LIMITED

8. L'Autorité relève que la société SPS BETTING FRANCE LIMITED souhaite désormais positionner son investissement global à hauteur de [...] euros, soit une augmentation de 10 % par rapport à ce que l'opérateur avait déclaré lors du dépôt de sa première stratégie promotionnelle le 30 octobre 2023. Cette enveloppe globale se décompose en un budget marketing (médias publicitaires et *sponsoring*) de près de [...] euros, en forte hausse par rapport à la première stratégie

promotionnelle (+26 %) et un budget alloué aux gratifications financières de [...] euros en légère augmentation (+1,4 % par rapport à la première stratégie promotionnelle).

**9.** En termes de recrutement de joueurs, la société SPS BETTING FRANCE LIMITED a réévalué son objectif pour l'année 2024 et vise désormais [...] nouveaux clients, soit une hausse de 23 % par rapport à l'objectif indiqué dans sa première stratégie promotionnelle.

**10.** L'Autorité constate que l'augmentation des investissements envisagés et la réévaluation à la hausse de l'objectif de recrutement constituent une évolution substantielle de la stratégie promotionnelle de l'opérateur qui doit en conséquence être soumise à l'approbation de l'Autorité deux mois avant sa mise en œuvre, conformément aux dispositions à l'article 10 du décret du 4 novembre 2020 susvisé.

**11.** Or, l'Autorité relève, **en premier lieu**, qu'il ressort du dossier de demande d'approbation de la modification de sa stratégie promotionnelle pour 2024 que la société SPS BETTING FRANCE LIMITED aurait déjà engagé, ou à tout le moins programmé, les investissements en hausse annoncés pour le premier semestre 2024 (janvier à juin 2024) et ce, en présumant de l'approbation qui en serait faite par l'Autorité et sans prendre en compte à l'Autorité le délai de deux mois dont cette dernière dispose pour se prononcer, le cas échéant en assortissant sa décision de prescriptions. Une telle situation pourrait être regardée comme un manquement de l'opérateur à ses obligations, susceptible de conduire le collègue, s'il l'estimait opportun, à ouvrir à son encontre une procédure de sanction.

**12. En second lieu**, il ressort de l'instruction que les augmentations de budgets envisagées par la société SPS BETTING FRANCE LIMITED, bien que significatives, n'apparaissent pas, en l'état des informations communiquées, disproportionnées au regard de l'évolution globale du marché, ni démesurées au regard de l'objectif de prévention du jeu des mineurs et du jeu excessif ou pathologique. S'agissant des leviers promotionnels actionnés, ils demeurent globalement proches que ceux annoncés dans la première stratégie promotionnelle de la société SPS BETTING FRANCE LIMITED, cette dernière entendant mobiliser la quasi-totalité des canaux de communication. L'instruction fait néanmoins ressortir que la modification de la stratégie promotionnelle de l'opérateur se traduit plus particulièrement par une hausse sensible du budget consacré à la télévision (+28 % par rapport à la première stratégie promotionnelle) ainsi que des investissements dédiés à la publicité digitale (+17 %).

**13.** A cet égard, l'Autorité relève, comme elle l'a déjà fait dans sa décision du 21 décembre 2023 relative à la première stratégie promotionnelle de la société SPS BETTING FRANCE LIMITED, que le déploiement envisagé d'une large gamme de techniques promotionnelles digitales, au marketing croisé et au ciblage publicitaire peut conduire, par le biais de notifications commerciales nombreuses, à une stimulation très importante des joueurs relevant de différentes catégories d'agrément (pari sportif, pari hippique et poker). Cette stimulation, qui est par ailleurs amplifiée par une politique offensive de gratifications financières, pourrait s'avérer propice à fragiliser les personnes les plus vulnérables (notamment les 18-25 ans et les joueurs problématiques) en particulier dans un contexte marqué par la tenue de deux événements sportifs de premier plan (l'Euro 2024 de football et les Jeux Olympiques de Paris) et du risque de pression publicitaire qui en résulte.

**14.** En conséquence, il y a lieu d'approuver la modification de la stratégie promotionnelle présentée par la société SPS BETTING FRANCE LIMITED pour l'exercice 2024, mais en réitérant les conditions prescrites par la décision n° 2023-230 du 21 décembre 2023, en particulier

celle énoncée à l'article 3.1 selon laquelle « *La société SPS BETTING FRANCE LIMITED s'attache à modérer de manière significative sa stratégie promotionnelle afin de ne pas exercer une pression publicitaire excessive sur l'ensemble des différents supports médiatiques existants, en particulier pendant la période de l'Euro 2024 et celle des Jeux Olympiques de Paris* ».

### **DÉCIDE :**

**Article 1<sup>er</sup> :** L'Autorité nationale des jeux approuve la modification de la stratégie promotionnelle de la société SPS BETTING FRANCE LIMITED pour l'année 2024, sous réserve des conditions énoncées aux articles 2 à 4 de la décision n° 2023-230 du 21 décembre 2023.

**Article 2 :** Le directeur général de l'Autorité nationale des jeux est chargé de l'exécution de la présente décision qui sera notifiée à la société SPS BETTING FRANCE LIMITED et publiée sur le site Internet de l'Autorité.

Fait à Issy-les-Moulineaux, le 30 mai 2024.

**La Présidente de l'Autorité nationale des jeux**

**Isabelle FALQUE-PIERROTIN**

*Décision publiée sur le site de l'ANJ le 5 juin 2024*